

第2回第二期高知市中心市街地活性化基本計画策定検討委員会  
議事概要

○ 日時 平成 29 年2月 22 日(水) 14:00～16:00

○ 場所 高知共済会館3階 桜

○ 出席者【委員 12名】

委員長 広末 幸彦	副委員長 古谷 純代
委員 高橋 卓弥	委員 早川 賢治
委員 山添 真理	委員 小島 尚
委員 亀川 代平	委員 高橋 政明
委員 笹岡 和泉	委員 大谷 聡
委員 熊野 裕二	委員 松本 明

【オブザーバー 6名】

池田 義明	尾下 一次
清水 博	谷口 佳史
杉本 雅敏	橋詰 辰男

【事務局】

高知市商工観光部長 中澤 慎二  
高知市商工観光部副部長 松村 和明  
高知市商工観光部参事商工振興課長事務取扱 狩場 信壽  
高知市商工観光部商工振興課  
中心市街地・地域商業活性化推進室長 松岡 宏輔 外  
株式会社第一コンサルタンツ

○ 欠席者【委員 1名】委員 友田 由美

○ 次第

1 開会

2 議事

(1)現行の高知市中心市街地活性化基本計画の検証(説明:事務局)

(2)中心市街地の現状分析(説明:事務局)

■質疑等

【委員】

資料2の6ページ、小売商業の推移について、平成24年から平成26年にかけて高知市全体では販売額が上がっているが、売場面積は下がったままとなっている。販売額が増えたことは何らかの要因あるいはソフトのヒントがあるのではないかと感じる。

## 【委員】

おそらく高知県の所得が増えているので消費も増えていることが反映されたのではないかとと思う。かつ、ドラッグストアやコンビニエンスストアも増えた効果もあって、小売業の販売額に影響しているのではないかとと思う。個人消費が明確に上向いているので、販売額が上がるのは当然で、所得環境改善が背景にあるとすれば、売場面積が減少傾向に対して販売額が上がっているというのは、あまり関係がないのではないかとと思う。

## <事務局>

売場面積の減少傾向については資料2の8ページの営業店舗数が減少傾向にあるので、うなずけられるのではないかとと思う。

## 【委員】

今後方向性を検討する上で、数値の意味や背景を把握できれば示してほしい。

(1)資料2の2ページ図4について転入者が増えているが、どういう場所からどういう世帯あるいは年代が入ってきているのかを知りたい。おそらく、この人たちが新しい消費者層となってくるのではないかと。

(2)資料2の3ページで、「市全体と比べ中心市街地では、単身者や少人数世帯が多いと推察される」とあるが、トレンドとしてどんどん少なくなっているのか、時系列でどういう方向性になっているのかを示してほしい。将来的には消費動向を考えるうえで動向というのが今の時点と合わせて重要になると思う。

(3)資料2の7ページで、ネットショッピングなどの影響もあって買回品が下がっているが、「飲食・サービス他」が上がっていることが良い点で、今後充実を図るためにも重要だと思う。項目が飲食・サービス「他」となっているので、もう少し詳しい内訳を示してもらえるとイメージしやすい。

(4)現段階ではないが今後こんな検討ができれば良いと思うことで、(10ページ) ネットショッピング利用者が5%から27%に増え、1世帯当たり15万円位の支出があるが、単純に地場で消費されていたお金が外に出て行っているということだと思う。それがここの消費規模からすると20%、10%上がるのはどれぐらいの金額の流出につながっているのか。たとえば3千世帯の3割が15万円ずつ支出しているとすれば数千万~1億円流出していることになるので、今後どの程度投資して戻してくるのかという話になると思うので、数値的に示してもらえると参考になるのではと思う。

## <事務局> (委員の問いに対する回答)

(1)社会動態は住民基本台帳をベースに数字を出しているのですが、転入者がどこからきたかといった詳細について示すことができるかは、担当所管との協議が必要である。

(2)トレンドについては、数字を計算すれば出すことができると思う。

(3)サービス業の内訳について、次回に詳細を示せると思う。

(4)どれぐらいの金額が使われているのかということは、10ページの図3で、ネットショッピン

グによる購入割合が高知県で1%とわかるので、金額を示すことができれば次回報告する。

**【委員】**

ネットショッピングについて、この統計は、サンプルが家計簿を付けている専業主婦世帯の人たちが答えているものなので、実態とはかなり違うかもしれない。そのためこれを参考に検討していくのはあまり意味がないと思う。

高知県のネット販売の実態について、聞いた話であるが、高知県でのネット販売の個数（輸送個数）は、去年はかなりの勢いで伸びている。四国の中では高知県の伸びが突出しており、それは買い物難民や重い物を運んでくれるという要因があるのではないかと。

**【委員長】**

中心市街地の人口増について、一昨年、チェントロがオープンしたあたりから若い女性がグループでかなり歩き出したという実感がある。永国寺キャンパスの整備・拡充による学生増加が響いているのではないかと。

また、県外から来た学生が中心市街地周辺に住むことで、一世帯当たりの人数が減っているのではないかと。さらに、年配者夫婦が郊外の一戸建てからチェントロ等のマンションに越してくる場合もあり、一世帯当たりの人数は減っているものの、転入増の要因になっているのではないかと。

**(3)中心市街地に関するニーズ調査結果(説明:㈱第一コンサルタンツ)**

**(4)中心市街地における課題(説明:事務局)**

**■意見等**

**【委員】**

商店街がITをうまく利用できているのか。皆さんはそのことに関してどう思っているのか。これから商店街として取り組むべきことがあればお聞かせいただきたい。

**【委員】**

日用品などどこでも買える物は低価格で、ハレの日消費やイベント時などの贅沢品についてはお金を使うという消費者の傾向はもう根付いている。商店街としてどこでも買える物を売っていても売れない環境にある。通常の買い物客にいかにして売なのか、あるいは珍しい物だと高くても買う国内外の観光客相手にシフトしていくなどの対応をせざるを得ない時期にきたのではないかと。

**【委員】**

中心市街地周辺部に住んでいるので、買い物難民というか日用品を買うスーパーは限られていて、充実したスーパーがあれば良いと思う。

## 【委員】

I T, S N S等の関係で、最近は何物も機能を消費するより関係性を消費すると言われていた。S N SやW e bで繋がり、実際に人と一緒になって消費したりイベントしたりする時に消費動機をかなり強く感じる。商店街は「場・空間」を持っているのが何よりの強みだと思う。W e bなどで繋がっている人をいかに実際に繋げていくかという視点があると面白い。

## 【委員】

資料4「中心市街地における課題」の課題6にぜひ「文化施設」という言葉を入れてほしい。高知城歴史博物館、新図書館などの文化施設に、来街者、観光客の来訪が十分期待できる。資料1の7ページ参考指標2のかるぽーとの入館者の推移が棒グラフで表示されているが、27年度の来館者44万余りのうち、私どもがかるぽーとで行っている事業だけでこの半数の来館者である。そういったことから中心商店街への来街を促進する意味からも、新しくできた施設も合わせて課題としてとらえていただきたい。

現在県の補助を受けてまんが館の多言語整備をしているが、最終的には音声ガイドができるようにしていきたい。

「ポケット学芸員」というアプリをインストールすると案内を聞くことができ、外国人の方に非常に魅力的なアプリと評価されている。クルーズ客船だけでなく一般の方々にも中心市街地を楽しんでいただける、そういったツールとして使えると思う。Wi-Fi環境の整備を進め、各個店がどんな品物を取り扱っているのか、どういった魅力がある店なのかと紹介できるようなサイトも見たことがあり、そういった活用もできてくると思うので、ぜひそういった観点もご検討いただきたい。

## 【委員】

中心街商店街の高齢化率も高く、アンケートの回答者も高齢者の方が多かったが、バリアフリー化を望む声についてはパーセンテージが低かった。しかし、不便なことに慣れるとそれがバリアということに気づいてないこともある。実際には、タウンモビリティステーションの利用者や高齢者に聞くと、やはり不便で一步街へ出かけるのに勇気がいるという声もある。

福祉の分野から言うと、介護保険制度も要支援から要介護1の軽度者の方を、地域で見るという状況になってきて、地域での受け皿を探している。タウンモビリティだけでなく商店街全体が安心安全に回遊できるスペースになると、商店街に出かけて買い物や食事ができる。

我々の調査で、買い物や食事以外には人と交流すること、会話することを求めている。交流の場作りでも、役に立っている活動ができていければと思っている。

ステーションははりまや橋のすぐ近くに場所があり、国内外の高齢者や障害者の観光客の方々にも行政と協力しながら対応している。安全に利用できる情報を集め、それらを活用して街へ出かけたいと思ってもらえるような協力ができればと思っている。

**【委員】**

アンケートで、良くなった印象に、「商業施設・店舗」「街全体の賑わい、雰囲気」があり実際来街する人数も増えているが、悪くなった印象にも「商業施設・店舗」があり、また「街全体の賑わい、雰囲気」が非常に悪い方に数字が出ているというところが気になった。実態としては人の流動の数自体は増えているので、来街している方は賑わいがあって楽しく感じていると理解できるが、しばらく来街していない高齢者などに対しては、今の街に新しいものがあり、賑わいがあることが伝わっていない可能性がある。行政と民間が連携して何らかの形でPRを考えたらと思う。

**【委員】**

公共交通に対するアンケートの結果は納得する。その向こうに具体的にどういうものを求めているのか、それに対してどのように対応できるのか考えていきたい。

駐車場整備の要望が非常に多い。「払いたくない」、「安く」というニーズも調査しながら、活性化の目的に、できる範囲で協力していきたい。

**【委員長】**

こうしたらもっと乗客が増えるなどの意見もどんどん出していただきながら、中長期的な計画も含めて案を出していただきたい。

**【委員】**

高松三越から「丸亀町商店街の魅力あるまちづくり」の話を従業員含め一緒に聞いた。

百貨店が中心となって街ぐるみで活性化していく、街を作っていくという話を聞いたので、そういうものも参考に活性化していきたい。

百貨店の使命として、独自で分析をしながら、来街者を増やし商店街を盛り上げていくということはやっており、再来年大きな改装をやる予定である。資料4のニーズ調査結果にもある、「新しい店舗の導入、店舗の魅力向上」「子供が遊べる空間」といったニーズに対応した店づくりをしながら、皆さんとまちづくりができればと思う。

**【委員】**

喫茶店を経営しているが、客層は年配の女性たちが多い。ある店舗の方に聞いても、お年寄りが来て1、2時間しゃべっていくけど何も買わず帰って行く。話す場所がほしいのだろう。お年寄りだけではなく、家族で来たときも、空き店舗を活用して長くくつろげる空間が必要なのではないか。例えば子どもがゲームなどをしているときに他の家族は、買い物だけじゃなくてもゆっくり過ごせて街の雰囲気を味わえる空間を私たちも考えていかなければいけないと思った。

**【副委員長】**

駐車場は非常に観光客の要望のウエイトを占めている。コインパーキングは充分あるが、混雑期には不足してしまう。また、観光客だけでなく市内外から街に車で来ている状況にある。一方、普段の閑散期に駐車場代が有料なので郊外の大型店へ行くのではないかと思う。

商店街で購入される客層は、60才前後の中高年が多く、商品に目的を持って買い求めに来る。そのため、希望のサイズや色がないとあきらめてしまうので、商品管理をきちんとし、いつなら入荷がされるということをこまめに提案するなど、心地よいサービスを提供できるのとできないのとでは、個店の魅力に影響するのではないかと思う。

最近、中高年の女性が非常に街を歩いているが、時間とお金に余裕があると思う。その中高年にとって魅力ある商品がないと聞くので、その年代に対応できれば非常に喜ばれると思う。

中高年がこまめに商品を探してくれる子ども世代と一緒に住んでいるとネット商品を買ってしまうが、ネットで購入できない方もたくさんいる。その層に対してサイト開設してやってみるなど、今回ネットの強みというのを知り、それぞれの各店舗も取り組む時期にきたのかと思う。

### 3 その他

事務局から、第3回検討委員会を平成29年5月に開催することを報告

### 4 閉会

以上